

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorraldus

Katariina Muru

**NÄITUSE „UJUB VÕI UPUB“ AVAMINE LENNUSADAMAS**

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Piret Aus, MA

Kaitsmisele lubatud .....

(juhendaja allkiri)

Viljandi 2015

## SISUKORD

### SISSEJUHATUS

<b>1. ÜLEVAADE ORGANISATSIOONIST .....</b>	<b>4</b>
1.1 Missioon ja visioon .....	5
1.2 Organisatsiooni strateegilised eesmärgid .....	6
1.3 Organisatsiooni struktuur .....	7
1.4 Organisatsiooni seotus valdkondlike arengukavadega .....	9
1.5 Eesti Meremuuseumi sotsiaalse-majandusliku ja kultuurilise mõju analüüs ....	11
1.6 Organisatsiooni eelarve ja rahastamine .....	13
1.7 Lennusadama kui brändi kujunemine .....	15
<b>2. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS .....</b>	<b>18</b>
2.1 Valdkondlik kultuurisituatsioon .....	18
2.2 Ülevaade Eesti Meremuuseumi Lennusadama näitustest .....	19
2.3 Näituse „Ujub või upub“ tutvustus .....	20
2.4 Näituse „Ujub või upub“ sihtrühm .....	21
2.5 Meeskond ja tegevuste ülevaade .....	22
2.6 Turundus- ja kommunikatsioonitegevused .....	23
2.7 Näituse „Ujub või upub“ eelarve .....	24
2.8 Näituse „Ujub või upub“ avamispäeva kontseptsioon ja programm .....	25
2.9 Piletimüük ja külastatavus .....	27
<b>3. ENESEREFLEKSIOON .....</b>	<b>28</b>

### KOKKUVÕTE

### KASUTATUD KIRJANDUS

<b>LISAD .....</b>	<b>35</b>
Lisa 1 Näituse „Ujub või upub“ A3 plakat .....	35
Lisa 2 Näituse „Ujub või upub“ avamissündmuse fotod .....	36
Lisa 3 Näituse „Ujub või upub“ avamissündmuse viktoriini küsimused ja võistlusmängude tutvustused .....	37

### SUMMARY

## SISSEJUHATUS

Kui ma 2011. aasta suvel Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia sisseastumiskatsetel kultuurikorralduse eriala komisjoni ees seisin, siis ei teadnud ma veel, et juba järgmisel aastal samal ajal töötan organisatsioonis, kus viin läbi ka oma lõputöö sündmuse. Korraldasin oma loov-praktilise lõputööna Eesti Meremuuseumi Lennusadama näituse „Ujub või upub“ avasündmuse.

Näitus „Ujub või upub“ on Eesti üks kõige suuremaid ja tehniliselt keerukamaid ühishäitusi, mille eesmärk on tekitada huvi ja vaimustust reaalteaduste, loodusnähtuste ja mereajaloo vastu ning õpetada nägema nendevahelisi seoseid. Kaheksasse merekonteinerisse on üles seatud 14 erinevat käed-külge eksponaati, kus külastajad saavad loodusjõudusid ise esile kutsuda või neid omal nahal kogeda.

Näituse avasündmuse kontseptsiooni välja töötades oli minu põhiliseks eesmärgiks noortes näitusekülastajates tekitada arusaama, et koolipingis õpilasele keerulise ja raskesti arusaadavana tunduvad reaalteadused on tegelikult huvitavad ja ümbritsevad meid igapäevaselt. See oli ka põhjus, miks kutsusin päevajuhiks teadust populariseeriva saatesarja „Rakett 69“ füüsikust saatejuhi Aigar Vaigu, kellega koos õpetasime külastajatele koduste vahenditega teadusteatrit tegema ja viisime läbi füüsikateemalisi viktoriine.

Käesolev töö jaguneb kolmeks peatükiks. Esimene peatükk annab ülevaate Eesti Meremuuseumist kui organisatsioonist, tema missioonist, visioonist ja eesmärkidest ning ühtlasi ka struktuurist ja eelarvest. Teises peatükis keskendun Eesti Meremuuseumi näituste korraldamisele ja annan ülevaate ka kohalikust kultuurisituatsioonist ja korraldusprotsessist koos turundus- ja reklaamtegevusega. Kolmandas peatükis analüüsin iseenda tööd ja tulemusi, kirjeldades nii tugevusi kui ka nõrkusi ning tehes järeldusi, mida tulevaste projektide läbiviimisel meeles pidada ning arvesse võtta.

## 1. ÜLEVAADE ORGANISATSIOONIST

Sõna organisatsioon on pärit kreeka keelest, kus ta tähistas korrastatust ja kooskõlastatud tervikuks korrapärastumist. Tihtipeale ei piisa üksikisiku vaimsetest ja füüsilistest pingutustest, et ületada väliskeskkonnas esinevad takistused ja saavutada püstitatud eesmärgid. Selleks, et optimaalselt tegutseda, koonduvad inimesed organisatsioonidesse – seega võime mõistet organisatsioon defineerida kui inimgruppi, kes töötab ühtsete eesmärkide saavutamise nimel.<sup>1</sup>

Organisatsioonid ei teki iseenesest, neid luuakse olenevalt olukorrast alt- või ülaltpoolt. Esimesel juhul moodustatakse organisatsioon mitteametliku algatuse tulemusena, mille taga on mõni üksikisik või huvirühm.<sup>2</sup> Eesti Meremuuseum loodigi 1935. aastal just tänu vanade meremeeste initsiatiivgrupile, kelle eesmärgiks oli jäädvustada ja säilitada merendusajaloolist kultuuripärandit. Tänapäeval tegeleb Eesti Meremuuseum merendusalaateksponaatide eksponeerimisega, merendus- ja kalandusalase teadusliku uurimistööga ning samuti allveearheoloogiaga.<sup>3</sup>

Sõna muuseum on samuti pärit kreeka keelest - täpsemalt sõnast *museion*, mis tähendab tõlkes muusade templit või asupaika. Muuseum on defineeritud Muuseumiseaduse teise paragrahvi alusel ühiskonna ja selle arengu teenistuses alaliselt tegutsev kultuuri- ja haridusasutusena, mis ei taotle majanduslikku kasumit, mis on üldsusele avatud ning mille ülesanne on koguda, säilitada, uurida ning vahendada inimese ja tema elukeskkonnaga seotud vaimset ja materiaalselt kultuuripärandit hariduslikel, teaduslikel ja elamuslikel eesmärkidel. Muuseum arvestab oma ülesannete täitmisel muu hulgas laste ja puuetega inimeste vajadustega.<sup>4</sup>

Muuseumidel on suur tähtsus riigi või paikkonna maine kujundajana, kultuurilise identiteedi kandjana ja elanikkonna haridustaseme tõstjana. Muuseumid pakuvad senisest enam meelelahutuslikke võimalusi ajaveetmiseks, suutes sel teel parandada oma majanduslikke

---

<sup>1</sup> Alas, R. 2008. *Juhtimise alused*. Külim, lk 11.

<sup>2</sup> Üksvärv, R. 2010. *Organisatsioon ja üksikisik*. Tea Kirjastus, lk 15.

<sup>3</sup> Eesti Meremuuseumi koduleht. 2015. <http://www.meremuuseum.ee/et/muuseumi-lugu>

<sup>4</sup> *Muuseumiseadus*. RT I, 10.07.2013, 1. <https://www.riigiteataja.ee/akt/115032014016#para21lg4>

võimalusi. Samas teadvustatakse, et konkureerimine meelelahutusturul ei ole muuseumi põhieesmärgiks. Kui meelelahutuslikkus ja atraktiivsus on seotud muuseumi hariduslike eesmärkidega ja toetub muuseumi poolt pakutavale originaalsele teabele, aitab see muuseumide eesmärkide saavutamisele kaasa.<sup>5</sup>

Eesti Meremuuseum on oma kahe püsiekspositsiooniga üks Eesti suurimatest muuseumidest. Paksu Margareeta suurtükitornis asub üks kahest põhiekspositsioonist, mille rõhk on Eesti vanemal merenduse ajalool ning mis hõlmab väärikas valikus laevamudeleid. Teine püsiekspositsioon „Meretäis põnevust“, mis avati 11. mail 2012. aastal, asub Lennusadamas. Ekspositsioonisaalis on teiste hulgas sellised eksponaadid nagu allveelaev Lembit, vesilennuk Short 184, üks Eesti vanimaid laevavrakke Maasilinna laev, (jää)purjekad ja meresõjatehnika. Eksponaatidele lisaks saavad külastajad proovida interaktiivseid mängu, käia kinodes, muuseumipoes ning külastada kohvikut. Kai ääres on võimalik tutvuda nelja muuseumilaevaga, millest kõige pilkupüüdvam, aurik-jäämurdja Suur Tõll tähistas 2014. aastal suure renoveerimisega 100. sünnipäeva.<sup>6</sup>

## 1.1 Missioon ja visioon

Organisatsiooni missioon on õigustus organisatsiooni eksistentsiks ja on otseselt seotud selle organisatsiooni tuumikkompetentsi ning väärtustega. Missioon vastab küsimustele – miks seda organisatsiooni vaja on ja millist väärtust ta loob?<sup>7</sup> Eesti Meremuuseumi missioon on olla Eesti merekultuuri koguja, säilitaja, uurija, tutvustaja ja edendaja, kelle tegutsemismõtteks on kasvatada inimeste teadmisi, austust ning armastust mere vastu.<sup>8</sup>

Visioon võib olla suunatud kaugesse tulevikku ja ta peab näitama perspektiivset olukorda, mida tahetakse saavutada.<sup>9</sup> Eesti Meremuuseumi visioon on olla Eesti kõige külastatavam ja suurimat omatulu teeni muuseum ning olla atraktiivne nii sise- kui ka välis-külastajatele, nii peredele kui

---

<sup>5</sup> Konjunkturiinstituut. 2013. *Eesti Loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus*. [http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/9. Eesti\\_loomemajanduse\\_olukorra\\_%282011%29\\_uuring\\_ja\\_kaardistus\\_-\\_Muuseumid.pdf](http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/9. Eesti_loomemajanduse_olukorra_%282011%29_uuring_ja_kaardistus_-_Muuseumid.pdf)

<sup>6</sup> Eesti Meremuuseumi koduleht. 2015. <http://www.meremuuseum.ee/et/puesinaeitused/lennusadam>

<sup>7</sup> Karilaid, J. 2011. *Organisatsiooniõpetus*. [Loengukonspekt]

<sup>8</sup> Eesti Meremuuseumi strateegia aastateks 2013-2018

<sup>9</sup> Karilaid, J. 2011. *Organisatsiooniõpetus*. [Loengukonspekt]

ka sügavama ajalooga inimestele ja nii lastele kui ka vanematele inimestele.<sup>10</sup>

## 1.2 Organisatsiooni strateegilised eesmärgid

Eesti Meremuuseumil on asutusesisene dokument, milles on sõnastatud strateegilised eesmärgid aastateks 2013-2018. Tänapäevaks on möödunud käesolevast perioodist umbes pool ja paljud eesmärgid on juba täidetud ning hetkel ollakse organisatsioonisiselt arvamusel, et probleeme ei tohiks ka veel täitmata eesmärkide täitmisel tekkida.

Eesti Meremuuseumi peamine strateegiline eesmärk on tegutseda rahvusvaheliselt - oma külastajatena ja klientidena näha kõiki naaberriike ning seepärast on muuseumi tootevalikus just nendele turgudele mõeldud tooteid ja toimub aktiivne müügitöö. Oma tooteid pakutakse aktiivselt Soome, Venemaa, Läti ja Rootsi turule ning eesmärgiks on, et Eesti Meremuuseumi külastajatest vähemalt 35% oleks turistid.<sup>11</sup>

Teiseks eesmärgiks on teha pidevalt rahvusvahelist teadusala koostööd – osaleda projektides, kus Eesti Meremuuseumil on märgatav roll ning võimalus aktiivse partnerina kaasa lüüa. Lisaks korraldab muuseum näitusi ka välisriikides ning algatab ja osaleb rahvusvahelistes näituseprojektides. Aastaks 2018 on organisatsioon osalenud vähemalt kahes suures rahvusvahelises näituseprojektist koostöös teiste meremuuseumitega ning on toonud Eestisse mitmeid rahvusvahelisi näitusi.<sup>12</sup>

Kolmandaks eesmärgiks on olla tugev ja arenev organisatsioon, kellel on mõtestatud tegevus- ja uurimiskava, majanduslik stabiilsus, väljakujunenud ühised väärtused ning asjatundlik meeskond. 2016. aastaks läheb Eesti Meremuuseum üle sihtasutuseks ning tegutseb kui mereasjanduse juhtmuuseum. Kaasaegsele organisatsioonile omaselt on muuseumil süsteem oma töötajate arendamiseks, jätkusuutlikkuse tagamiseks tegeletakse teadlikult intellektuaalse kapitali süstematiseerimisega ja säilitamisega.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Eesti Meremuuseumi strateegia aastateks 2013-2018

<sup>11</sup> *Ibid*

<sup>12</sup> *Ibid*

<sup>13</sup> *Ibid*

### 1.3 Organisatsiooni struktuur

Organisatsiooni struktuur kirjeldab traditsiooniliselt viisi, kuidas organisatsioon on jaotatud töörühmadeks ning kuidas on korraldatud aruandlus ja võimusuhted, mis seovad organisatsioonis töötavaid üksikisikuid ja rühmasid. Struktuuri eesmärk on, et igal töörühmal on oma identiteet ja samuti tõhustab see üksikisikute ja rühmade omavahelist kommunikatsiooni ning korraldab organisatsiooniliikmete tööjaotust nii, et igaühe panus eesmärkide saavutamisel oleks rakendatud parimal viisil.<sup>14</sup>

Eesti Meremuuseum on Kultuuriministeeriumi hallatav riigiasutus, mida juhib avaliku konkursi kaudu valitud direktor, kellega sõlmib tähtajalise töölepingu kuni viieks aastaks kultuuriminister.<sup>15</sup> Lisaks on Eesti Meremuuseumis põhimääruse kohaselt seitse struktuuriüksust.<sup>16</sup>

Struktuuriüksusteks on osakonnad, mille põhiülesanded on alljärgnevad:

- 1) Arendusosakonna põhiülesanne on arendus- ja koostööprojektide kavandamine ning elluviimine;
- 2) Finantsosakonna põhiülesanne on muuseumi finantsplaneerimine ja aruandlus, raamatupidamise korraldamine, eelarve koostamine ja jälgimine ning riigihangete korraldamine;
- 3) Kogude osakonna põhiülesanne on museaalide säilitamine, süstematiseerimine, arvestuse pidamine, uurimine, digiteerimine, andmebaaside pidamine ja täiendamine, ekspositsiooni järelevalve, museaalide kasutamiseks andmine ning uurijate teenindamise eest vastutamine;
- 4) Külastajate teenindamise osakonna põhiülesanne on muuseumi ekspositsioonide igapäevase töö tagamine ning külastajate teenindamine, näitusetöö korraldamine, muuseumi poolt pakutavate programmide ja ürituste ettevalmistamine ning läbiviimine, muuseumi turundus- ja kommunikatsioonitegevused ning muuseumiteenuse kvaliteedi parendamine;
- 5) Laevastiku osakond, mille põhiülesanne on muuseumilaevade haldamine ning sadama tegevuse korraldamine;
- 6) Personaliosakond, mille põhiülesanne on personali planeerimine ja värbamine, koolitusplaanide koostamine ja elluviimine, töökorralduslike protseduuride väljatöötamine ning bürootöö ja asjaajamise korraldamine.
- 7) Teadusosakond, mille põhiülesanne on merenduse ajaloo uurimine vastavalt uurimisplaanile, trükiste ja toimetiste koostamine ning toimetamine, merenduse populariseerimine, näituste

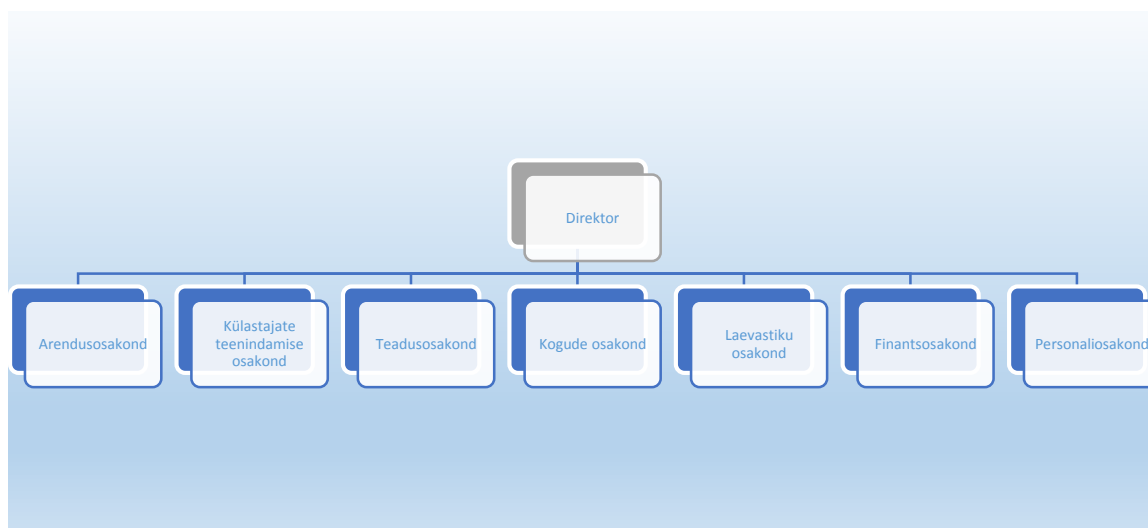
---

<sup>14</sup> Brooks, I. 2006. *Organisatsioonikäitumine: Üksikisik, rühm ja organisatsioon*. Tänapäev, lk 201.

<sup>15</sup> Eesti Meremuuseumi põhimäärus. <http://meremuuseum.ee/et/ametlik-teave/pohimaaerus>

<sup>16</sup> *Ibid*

sisumaterjalide koostamine, merendusliku sisuga uurimis- ja teadusprojektides osalemine.<sup>17</sup>



Joonis 1. Eesti Meremuuseumi struktuur (Allikas: autori illustratsioon)

Käesolev struktuur jõustus 2013. aastal vastu võetud põhimääruse muudatusega ning ametlikult näeb välja selline nagu Joonisel 1 kujutatud. Põhimääruses kirjeldatud struktuuri võib oma tüübilt liigitada multifunktsionaalseks struktuuritüübiks, mille peamiseks tunnusjooneks on funktsioonidepõhine jaotus (ajaloo uurimine, museaalide säilitamine, finantsplaneerimine jne). Selle struktuuritüübi eeliseks on valdkondadepõhine tehniline optimeerimine, võimalik valdkonnasisene edutamine ja potentsiaal hea erialase ja tehnilise kompetentsi tekkimiseks. Peamisteks puudusteks on aga raskendatud organisatsiooni vajadustele vastav infovahetus ja turumuutustele reageerimine ja see, et töötajatel puudub tihtipeale kogu organisatsiooni hõlmav vaatepunkt.<sup>18</sup>

Olles ise Eesti Meremuuseumi töötaja 2013. aastast, võin öelda, et eelpool kirjeldatud eelised ja puudused kehtivad ka käesoleva organisatsiooni puhul. Leian, et selline organisatsiooni struktuuritüüp sobis ja oli põhjendatud kui Eesti Meremuuseum oli 50-liikmeline organisatsioon. Nüüdseks, seoses Lennusadama avamisega, on kollektiivi suurus teinud mõne aastaga hüppelise kasvu (töötajate arv peaaegu kolmekordistunud). Seoses nende muutuste ja planeeritud omandivormi muutusega on kavas ka struktuurimuudatus, millega tegeleb hetkel organisatsiooni personalijuht. Struktuurimuudatuse eesmärgiks on organisatsiooni põhiprotsesside kaardistamise

<sup>17</sup> Eesti Meremuuseumi põhimäärus. <http://www.meremuuseum.ee/et/ametlik-teave/pohimaaerus>

<sup>18</sup> Brooks, I. 2006. *Organisatsioonikäitumine: Üksikisik, rühm ja organisatsioon*. Tänapäev, lk 212.



kaudu muuta tööd efektiivsemaks ja avastada/eemaldada üksteist dubleerivaid tööloike. Lisaks on struktuurimuudatuse eesmärgiks muuta kiiremaks organisatsiooni sisekommunikatsiooni ning otsustamisprotsessi.

Teatud tegevuste puhul rakendatakse Eesti Meremuuseumis ka maatriksstruktuuri, millele on iseloomulik see, et töötajal on kaks või rohkem ülemust, kes annab tööalaseid korraldusi ning kellele aru anda. Üks võimuliin on sageli funktsionaalne ehk valdkondlik ja puudutab töösuhte formaalset poolt, näiteks tulemusjuhtimist ja palgaläbirääkimisi. Teine võimuliin (või võimuliinid) puudutab projekte, milles töötaja parajast osaleb, ning algatusi, mis puudutavad konkreetse töötaja ülesandeid.<sup>19</sup> Siinkohal võib näiteks tuua ühe Eesti Meremuuseumi põhiprotsessidest – näituste ettevalmistamine. Igal Eesti Meremuuseumi hooajalisel näitusel on eraldi projektimeeskond ning siinkohal sobibki iseloomuliku näitena välja tuua „Ujub või upub“ näituse projektimeeskond. Käesolevasse meeskonda kuuluvad näituse projektijuht, teadur, turundus- ja kommunikatsiooni projektijuht, laste- ja pereprogrammide koordinaator, haridustöö kuraator, kaubandus- ja teenindusjuht, kunstnik, ekspositsioonihaldur ja büroojuht, kes põhimääruses kirjeldatud struktuuri alusel asuvad erinevates osakondades.

#### **1.4 Organisatsiooni seotus valdkondlike arengukavadega**

21. novembril 2013 kiitis Vabariigi Valitsus heaks kultuuripoliitika põhialuste dokumendi, mis annab suunised Eesti kultuuri arendamiseks aastatel 2014–2020. „Kultuuripoliitika põhialused aastani 2020“ sisaldab kultuuripoliitika kujundamise ja elluviimise põhimõtteid ning valdkondlikke prioriteete.<sup>20</sup> Selle dokumendi alusel on muuseumide põhieesmärk kujuneda kaasaja ootustele ja vajadustele vastavateks mäluasutusteks, mis siinse kultuuripärandi kogumise, hoidmise ja uurimise kõrval panustavad haridustegevusse ning on samas elamuste pakkujateks nii kodu- kui ka välismaistele külastajatele, kasvatades seeläbi Eesti kui kultuuriturismi sihtpunkti populaarsust.<sup>21</sup>

2014. aastal jõustus ka uus muuseumiseadus, mis rõhutab muu hulgas muuseumi kui haridusasutuse rolli ja kehtestab uued muuseumikülastuse soodustused riigimuuseumides.

---

<sup>19</sup> Brooks, I. 2006. *Organisatsioonikäitumine: Üksikisik, rühm ja organisatsioon*. Tänapäev, lk 208.

<sup>20</sup> Kultuuriministeeriumi koduleht. 2015. <http://www.kul.ee/et/tegevused/muuseumid/kultuur-2020-ja-muuseumid>

<sup>21</sup> *Kultuur 2020*. 2013. Kultuuriministeerium. <http://www.kul.ee/sites/default/files/kultuur2020.pdf>

Muuseum kui klassiruumiga võrdsustatud õppekeskkond on sisse kirjutatud riiklikesse õppekavadesse. Samas puudub aga süsteem kooliõpilaste muuseumikülastuste toetamiseks ning 2015. aasta riigieelarvesse ei ole planeeritud vahendeid Riigikogu poolt seadusse lisatud soodustuste rakendamiseks.<sup>22</sup>

Eesti Meremuuseum liigub samuti nende eesmärkide saavutamise suunas – lisaks kogumisele, hoidmisele ja uurimisele panustatakse igapäevaselt haridustegevuse arendamisse. Muuseumide haridusprogrammid seostuvad riiklike õppekavadega ning aitavad kaasa õpitulemuste saavutamisele. Eraldi tähelepanu pööratakse muuseumides leiduva pärandi kasutamisele e-õppe lahendustes. Kõigile kooliõpilastele on tagatud võimalused Eesti muuseumide külastamiseks - igas kooliaastas on vähemalt üks muuseumide külastamise päev. Muuseumipedagoogide ja teiste muuseumispetsialistide erialase pädevuse arendamiseks toimib riigi ja valdkonna koostöös koordineeritud täiendõppesüsteem.<sup>23</sup>

Igapäevaselt pakub Eesti Meremuuseum Lennusadamas ja Paksus Margareetas kokku üheksat haridusprogrammi. Enamusprogrammidest on kohandatud sobivaks kõigile neljale õppeastmele ja kõikidelt haridusprogrammides osalenud õpetajatelt küsitakse süsteemselt tagasisidet, et programme järjest kõitvamaks, sisukamaks ja kvaliteetsemaks muuta.

Käesoleva aasta alguses kinnitas minister Kultuuriministeeriumi arengukava aastateks 2016-2019, milles leidub tulevikupilt aastaks 2030. See näeb ette, et olulise osaga Eesti kultuuripärandist on võimalik tutvuda virtuaalkeskonnas, mis paikneb elektroonilistes arhiivides, muuseumides ja raamatukogudes, olles seetõttu rahvusvaheliselt kättesaadav ja tõlgitav teistesse keeltesse, muutudes selle kaudu kättesaadavaks ja mõistetavaks kõigile huvilistele maailmas.<sup>24</sup> Just selle eesmärgi täitmise tagamiseks tegeleb Eesti Meremuuseumi kogude osakond intensiivselt museaalide digitaliseerimisega, kasutades selleks nii lisatööjõudu kui ka vabatahtlikke.

Üsna suurt mõju avaldab Eesti Meremuuseumi Lennusadamale ka kohalik regionaalne arengukava „Põhja-Tallinna arengukava aastateks 2014–2018“, mille üheks tegevuskava punktiks on linnaosa infrastruktuuri (teede, tänavate ja liiklussõlmede) arendamine. 2013. aasta suvel sulges remont Soo

---

<sup>22</sup> Kultuuriministeeriumi arengukava aastateks 2016-2019, lk 78.

[http://www.kul.ee/sites/default/files/kum\\_valitsemisala\\_arengukava\\_2016-2019.pdf](http://www.kul.ee/sites/default/files/kum_valitsemisala_arengukava_2016-2019.pdf)

<sup>23</sup> KUL. 2015. Kultuuriministeerium. <http://www.kul.ee/et/tegevused/muuseumid/kultuur-2020-ja-muuseumid>

<sup>24</sup> Kultuuriministeeriumi arengukava aastateks 2016-2019, lk 3.

[http://www.kul.ee/sites/default/files/kum\\_valitsemisala\\_arengukava\\_2016-2019.pdf](http://www.kul.ee/sites/default/files/kum_valitsemisala_arengukava_2016-2019.pdf)

tänava, mille kaudu toimus peamine liiklus Lennusadama ja kesklinna vahel ning 2014. aasta suvel algas Põhjaväila (varasemalt Kultuurikilomeeter) ehitamine, mis kestab 2016. aasta suveni.<sup>25</sup> See tagab tulevikus märgatavamalt mugavama juurdepääsu Lennusadamale, Noblessneri kvartalile ja nende vahel asuvale Justiitsministeeriumi kinnistule, kuhu 2017. aasta lõpuks kerkib ka Euroopa Liidu IT-agentuuri peakorter.<sup>26</sup> Seniks on see endaga kaasa toonud ka ajutisi ebameeldivusi – ligipääs Lennusadamale on remondi ajal tõsiselt raskendatud nii jalakäijate kui ka autode jaoks. Kas ja mil määral see mõjutab külastajate arvu pole selge. Turundusosakond teeb lisaks pidevat lisandunud teavitustööd seoses liikluspiirangute ja tihedate elektrikatkestustega, mis mõjutavad lisaks ligipääsetavusele ka Lennusadama lahtiolekuaegu.

### 1.5 Eesti Meremuuseumi sotsiaalse-majandusliku ja kultuurilise mõju analüüs

Eestis toimuvad igal aastal sajad kultuuri- ja spordisündmused, mille mõju ei piirdu ainult kultuuri või meelelahutusega. Nende sündmuste korraldamine tõstab regiooni mainet, edendab turismi ja toob otsest kasu regiooni ettevõtetele ja asutustele, eeskätt teenusepakkujatele ning esmasele mõjule järgneb veel hulk järelmõjusid, mis jäävad kestma pärast ürituse toimumist.<sup>27</sup> Üha enam püütakse rahvusvahelistes uuringutes arvestada majandusliku mõju kõrval ka muude mõjudega, sest ainuüksi majanduslike mõjude hindamine ei ole piisav otsustamiseks ürituse edukuse, vajalikkuse ja olulisuse üle. Lisaks majanduslikule mõjudele eristatakse näiteks turismi, keskkonna, sotsiaalkultuurilisi ja psühholoogilisi mõjusid.<sup>28</sup>

Kultuurisündmus võib positiivsete majanduslike mõjudena kaasa tuua lisatöökohtade loomise, mis on Eesti Meremuuseumi puhul kindlasti tähelepanuvääriv aspekt. Eestis oli 2014. aastal 256 tegutsevat muuseumi, mis annavad tööd umbes 1867-le inimesele, mida on 139 inimest rohkem kui aasta varem.<sup>29</sup> Eesti Meremuuseumis töötab 2015. aasta mai seisuga nii töölepingute kui ka võlaõiguslike lepingute alusel kokku 156 inimest, kellest paljud on osalise koormusega paralleelselt kõrgkoolis käivad tudengid. Töötajate arv organisatsioonis on alates Lennusadama

---

<sup>25</sup> Põhja-Tallinna arengukava aastateks 2014-2018, lk 9.

[https://oigusaktid.tallinn.ee/?id=e\\_getfile&syscmd=1&lisadid=9667](https://oigusaktid.tallinn.ee/?id=e_getfile&syscmd=1&lisadid=9667)

<sup>26</sup> Öepa, A. 2015. 8,4 miljonit maksev IT-agentuuri maja rajatakse Lennusadamasse.

<http://majandus24.postimees.ee/3158755/8-4-miljonit-maksev-it-agentuuri-maja-rajatakse-lennusadamasse>

<sup>27</sup> Eesti Konjunkturiinstituut. 2012. *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. [http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja\\_spordisundmuste\\_majanduslik\\_moju.pdf](http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf)

<sup>28</sup> *Ibid*

<sup>29</sup> STAT. 2015. Statistikaamet. <http://www.stat.ee/90584>

avamisest kasvanud umbes kolmekordseks

Majandusliku mõju ulatust kirjeldavad asjaolud, et 2014. aastal kulus külastajal muuseumi, kunstinäituse või kultuurimälestise külastamisele keskmiselt 9,2 eurot, millest kohapeal kulus 4,7 eurot ning toimumispaika ja tagasi sõites 4,5 eurot. Ühe külastaja kohta kulutati piletitele keskmiselt 3,3 eurot ning söögile-joogile ja muule veel 1,4 eurot. Transpordile kulus keskmiselt 2,4 eurot ja muudele kulutustele väljaspool toimumiskohta üle 2 euro. Kokku kulutavad Eesti muuseumide, kunstinäituste või kultuurimälestiste külastajad aastas ligi 28,5 miljonit eurot.<sup>30</sup>

Turismi- ja kaubandusvaldkonnale võib positiivsete mõjudena välja tuua kindlasti suurenenud teadlikkuse piirkonnast reisimis- ja turismisihtkohana.<sup>31</sup> Eesti Meremuuseumi Lennusadam valiti Euroopa Muuseumi Aastauhinna EMYA 2014 nominendiks ja Eesti Turismifirmade Liit valis 2012. aastal parimaks turismiedendajaks Eesti Meremuuseumi direktor Urmas Dreseni ja parimaks turismiobjektiks Lennusadama. Tõenäoliselt on Lennusadama paiknemine Kalamajas suurendanud teadlikkust piirkondlikest investeerimis- või ärivõimalustest eelkõige kinnisvaravaldkonnas ning kokkuvõtlikult ka kogu piirkonna atraktiivsust.

Positiivsete sotsiaalsete ja kultuuriliste mõjudena toon välja kohalike elanike püsiva huvi ja osalemise Lennusadamaga seotud üritustel ja tegevustel – lisaks näituste külastamisele muutub ka näiteks Tallinna merepäevade, rahvusvahelise muuseumiöö ja muinastulede öö külastamine aastalt aastasse populaarsemaks. Lisaks valisid ajakirja „Pere ja Kodu“ lugejad Lennusadama 2013. aastal kõige peresõbralikumaks muuseumiks.<sup>32</sup>

Keskkondlike mõjudena võib välja tuua kindlasti kohaliku infrastruktuuri paranemist, sest Suur-Patarei tänava suuremahulise arenduse eesmärgiks oli parendada oluliselt ligipääsetavust nii Patarei vanglale kui ka Lennusadamale ja Noblessneri kvartalile. Kindlasti toob see endaga kaasa ka mõningase kahju keskkonnale seoses transpordi suurenemisele ja sellega kaasnevale müra suurenemisele. Positiivsete psühholoogiliste mõjudena võib kindlasti välja tuua kohaliku kogukonna uhkustunnet, aktiivsuse kasvu ning positiivseid emotsioone.

---

<sup>30</sup> STAT. 2015. Statistikaamet <http://www.stat.ee/90584>

<sup>31</sup> Eesti Konjunkturiinstituut. 2012. *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. [http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja\\_spordisundmuste\\_majanduslik\\_moju.pdf](http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf)

<sup>32</sup> Lennusadama koduleht. 2015. [www.lennusadam.eu](http://www.lennusadam.eu)

Tänapäeva muuseumide muutunud iseloomus ja tegevuses kerkib tugevalt esile nende hariduslik roll. Pole vist enam ühtegi muuseumi, kus ei toimuks muuseumipedagoogiline tegevus. Muuseumide hariduslikku mõju uuritakse, analüüsitakse ja arendatakse üle maailma ja sellest on saanud eraldi distsipliin ülikoolide õppekavades. Muuseumipedagoogika kuulub orgaaniliselt ka üldhariduskoolide õppetegevuse juurde, seda nii formaalse hariduse toetamiseks kui täiendava mitteformaalse hariduskanalina. Koos muuseumide arenguga on muutunud ka muuseumipedagoogika. Tavalisele passiivsele ekskursioonivormile on lisandunud kaasajastatud aktiivõppe meetodid ja külastaja enda osalus.<sup>33</sup>

Eesti Meremuuseum töötab haridusprogrammide väljatöötamise ja parendamise kallal igapäevaselt ning programmide läbiviimise võimekus on enamikel külastusjuhtidel. Seoses organisatsiooni uuele broneeringute süsteemile üleminekuga pole pikema perioodi ülevaadet, aga alates 2014. aasta oktoobrikuust on Eesti Meremuuseumis läbi viidud 218 haridusprogrammi, milles on osalenud umbkaudu 4350 õpilast. Eraldi toon välja ka näituse „Ujub või upub“ haridusprogrammi, mille on läbinud alates käesoleva aasta 14. veebruarist kuni 14. maini 130 rühma, ning arvestades, et iga rühma suuruseks on ~20 õpilast, siis on kokku kõnealuse näituse haridusprogrammis osalenud umbes 2600 last erinevatest õppeastmetest.

## 1.6 Organisatsiooni eelarve ja rahastamine

Eesti Meremuuseumi tegevust rahastab Kultuuriministeerium riigieelarvest ning muuseum võib saada rahalisi vahendeid toetustest, annetustest ja oma põhitegevusega seotud tasulistest teenustest, mida võib osutada tingimusel, et see ei takista muuseumi ülesannete täitmist. Muuseumi eelarve kinnitamine ja raha kasutamine toimub õigusaktidega kehtestatud korras.<sup>34</sup>

Otse riigieelarvest saavad toetust ka teised riigimuuseumid, lisaks Kultuuriministeeriumile on riigimuuseumid ka Kaitseministeeriumi, Keskkonnaministeeriumi, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi, Põllumajandusministeeriumi ja Siseministeeriumi valitsemisalas. Riigi osalusega sihtasutuste, aga ka kohaliku omavalitsuse muuseumide, avalik-õigusliku isiku muuseumide ja eramuseumide tegevuse rahastamise aluseks on kultuuriministri

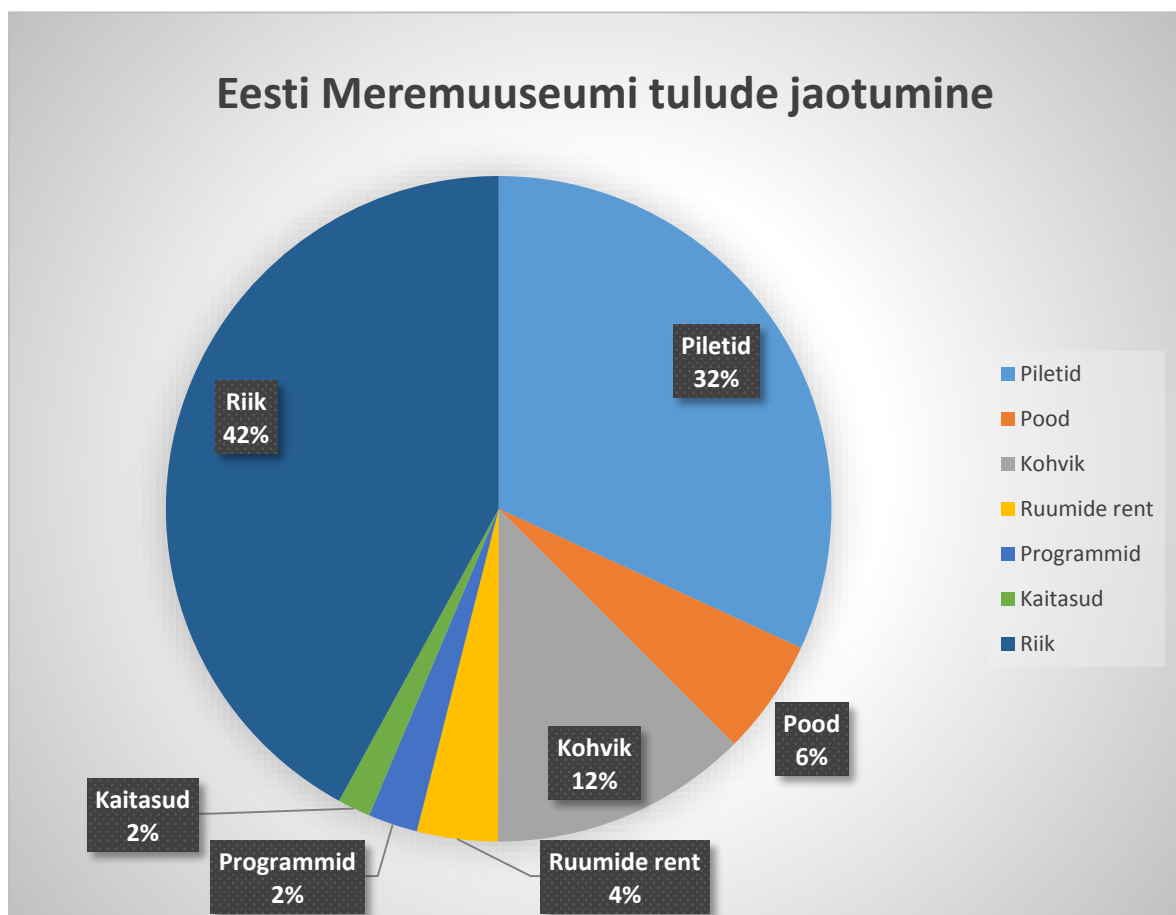
---

<sup>33</sup> Purre, A. 2009. *Muuseumipedagoogika pole lihtsalt „teeme midagi lastega“*. Sirp. <http://www.sirp.ee/s1-artiklid/c6-kunst/muuseumipedagoogika-pole-lihtsalt-teeme-midagi-lastega/>

<sup>34</sup> Eesti Meremuuseumi põhimäärus. <http://www.meremuuseum.ee/et/ametlik-teave/pohimaaerus>

määrus „Riigieelarvest Kultuuriministeeriumile muuseumide tegevustoetuseks eraldatud vahendite taotlemise ja määramise kord“.<sup>35</sup>

Kõige suurema osa tuludest saab Eesti Meremuuseum 2015. aastal riigieelarvest (42%) ning pisut väiksema osa piletitulust (32%). Seejärel toob muuseumi eelarvesse tulusid 12% ulatuses kohvik MARU ning umbes samal määral kahe suveniiripoe, pere- ja haridusprogrammide, kaitasude ja ruumirendi tulud kokku. Riigieelarvest eraldatud toetusest valdav osa eraldatud Eesti Meremuuseumile sihtotstarbelisena ning sellega tasutakse igakuised maksed Riigi Kinnisvara ASile.<sup>36</sup>



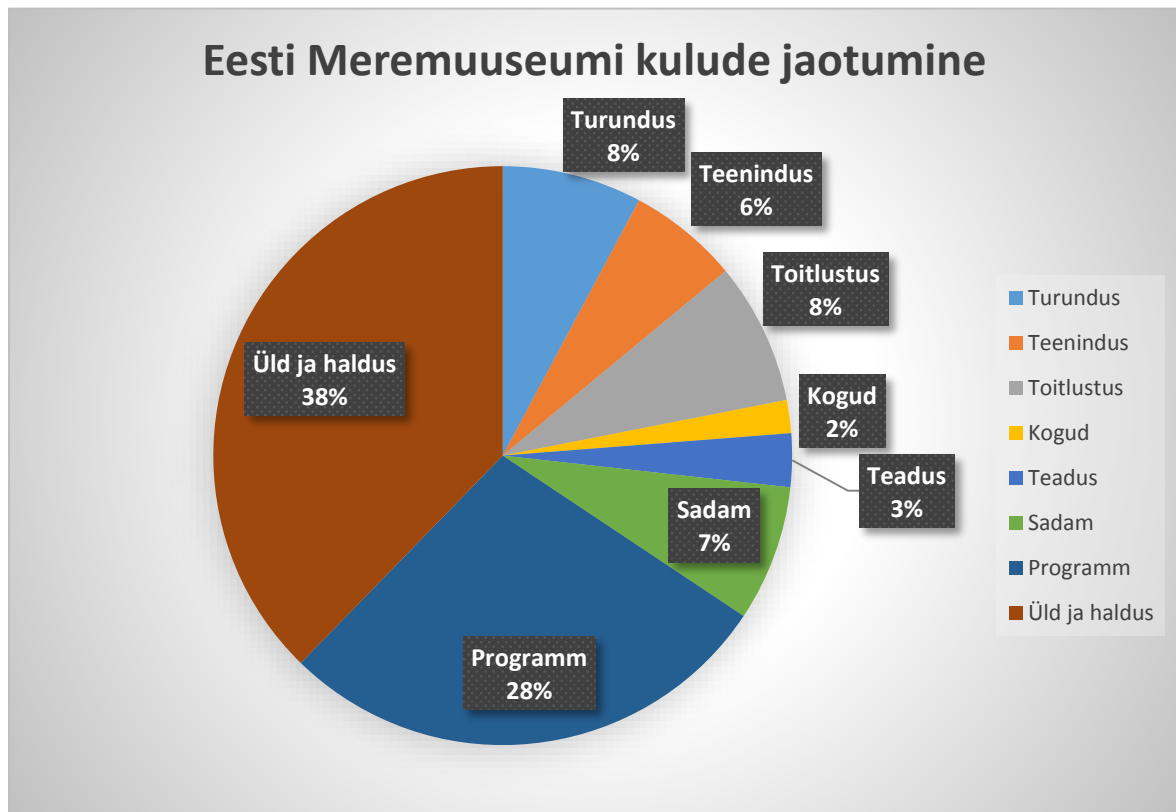
Joonis 2. Eesti Meremuuseumi tulude jaotumine (Allikas: Eesti Meremuuseumi eelarve 2015)

Eesti Meremuuseumi eelarve kuludest 38% moodustavad üld- ja halduskulud, sealhulgas palgakulud, Riigi Kinnisvara ASile tehtavad igakuised maksed, lisaks muud üldkulud nagu koristus, elekter ja väikevahendite rent. 28% kuludest moodustavad programmikulud, millest

<sup>35</sup> KUL: 2015. Kultuuriministeerium. <http://www.kul.ee/et/tegevused/muuseumid/rahastamine>

<sup>36</sup> Eesti Meremuuseumi eelarve 2015. aastaks

omakorda kõige suurema osa moodustavad järgmiste aastate suurte ajutiste näituste ettemaksed. Järgmiste kulugruppidena toon välja turundustegevuste läbiviimiseks planeeritud kulud ja toitlustusvaldkonna kulud (kohviku personali palgakulud, üld- ja halduskulud), milles mõlema jaoks on eelarves ette nähtud 8%. Sadama kulud (kai ja laevade korrashoid, meeskonna palgakulud) moodustavad eelarvest 7%. Kõige väiksema osa kuludest moodustavad teenindusvaldkonna kulud ning kogude- ja teadusosakonna väljaminekud.<sup>37</sup>



Joonis 3. Eesti Meremuuseumi kulude jaotumine (Allikas: Eesti Meremuuseumi eelarve 2015)

### 1.7 Lennusadama kui brändi kujunemine

Sõna bränd tuleb germaani keelte tüvest (*bran/bren*) ja selle tähendus on „põletama“. Inglisekeelne algne tähendus - kuumaks aetud raudpulk, millega kariloomadele või esemetele omandimärke peale kõrvetati, et niiviisi identifitseeriv märk – see annab aimu, et brändimine on väga vana nähtus. Turundusõpikutes on palju defineeritud brändi kui nime, terminit, sümbolit või nende kombinatsiooni, mis identifitseerib ühe müüja või müüjate grupi tooteid ja teenuseid ning eristab

<sup>37</sup> Eesti Meremuuseumi eelarve 2015. aastaks

neid teiste omadest.<sup>38</sup>

2013. aastal tellis Eesti Meremuuseum uuringufirmat TNS Emor Lennusadama brändiuuringu. Lennusadam oli selleks ajaks olnud avatud juba aasta ning uuringu eesmärk oli kaardistada Eesti elanikkonna teadlikkus Lennusadama muuseumist, Lennusadama külastamise põhjused ja hoiakud selle suhtes. Uuringutulemustest sai Eesti Meremuuseumi turundusosakond sisendi Lennusadama brändi arendamiseks ning kommunikatsiooni-sõnumite väljatöötamiseks. Uuringusse olid kaasatud järgmised teemad: üldine muuseumite külastamine, teadlikkus Lennusadamast ning selle külastamine (külastamise vorm ja põhjused), assotsiatsioonid Lennusadamaga, hoiakud Lennusadama suhtes ning infoallikad.<sup>39</sup>

Peamiste uurimistulemustena selgus, et üle poole 15aastastest ja vanematest Eesti elanikest olid viimase pooleteise aasta jooksul külastanud mõnda muuseumi. Lennusadam on vastajate arvates perekeskne koht, kuhu on hea lastega tulla ning ka lähiajal soovivad lastega ja lasteta pered Lennusadamat külastada võrdselt, mis samuti rõhutab vajadust jätkuvalt silmas pidada mõlema huvigrupi huve.<sup>40</sup>

Peamiseks Lennusadama külastuse põhjuseks lihtsalt ajaveetmine ning muuseumiga tutvumine (84%). Mõne Lennusadamas korraldatud ürituse raames on muuseumi külastanud 13% vastanutest. Külastajate jaoks on selgelt kõige atraktiivsem eksponaat allveelaev Lembit, kuid positiivse mulje jätab ka kogu üldmulje, arhitektuuriline lahendus ja interjöör. Inimeste vägagi positiivset suhtumist Lennusadamasse näitab ka asjaolu, et neid, kes mittekülastamise põhjusena mainisid huvi või soovi puudust oli üksikuid.<sup>41</sup> Muuseumi kuvandi annab eelkõige Lennusadama hariv ja ajaloolist informatsiooni pakkuv osa ning vaba aja veetmise koha kuvandi põnevus, interaktiivsus ning tegevuste rohkus.<sup>42</sup>

Brändiuuring andis Eesti Meremuuseumi turundusosakonnale väga ülevaatliku kirjelduse elanikkonna teadlikkusest ja hoiakutest Lennusadama suhtes. Need tulemused andsid väga tugeva ja mõjusa sisendi turundus- ja kommunikatsioonistrateegiate koostamiseks ja elluviimiseks.

---

<sup>38</sup> Keller, M. *Teoreetiline ja didaktiline tugi kursuse "Meedia ja mõjutamine" õpetamiseks gümnaasiumis [Loengumaterjal]* <http://www.meediakoolitajad.edu.ee/files/Files/13565290118.pdf>

<sup>39</sup> EMOR. *Lennusadama brändiuuring*, EMOR

<sup>40</sup> *Lennusadama brändiuuring. 2013.* EMOR

<sup>41</sup> *Ibid*

<sup>42</sup> *Ibid*



Jälgitakse pidevalt, et iga näitus ja sündmus kannaksid endas olulisi sõnumeid ja kujundaksid organisatsiooni positiivset mainet.

## 2. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS

### 2.1 Valdkondlik kultuurisituatsioon

Tallinn on rahvaarvu poolest suurim linn Eestis, kus 1. jaanuar 2015 seisuga elab 434 426 inimest.<sup>43</sup> Suurem rahvaarv tekitab ka tihedama konkurentsi kultuuriasutuste ja meelelahutuskeskuste vahel, kes kõik konkureerivad selle nimel, et külastajad enda juurde meelitada. Eesti Meremuuseumi turundusjuht Triin Visnapuu-Sepp peab üheks suureks eesmärgiks muuta inimeste käitumist ja teha muuseumidest vaba aja veetmiseks reaalne alternatiiv kinole ja kaubanduskeskusele. Seega võib Lennusadam enda kaudseteks konkurentideks lisaks teistele muuseumidele pidada ka kaubanduskeskusi ja kinosid.<sup>44</sup>

2013. aastal läbiviidud Eesti loomemajanduse olukorra uuringu ja kaardistuse kohaselt iseloomustab loomemajanduse valdkonda dünaamilisus - kõige kiirem areng toimub meelelahutuse-IT sektoris, võrreldes majanduskriisi eelse perioodiga on suurimad muudatused toimunud reklaamiäris. Uuringu tulemustest joonistub välja, et kõige vähem mõjutas majanduskriis valdkondi, kus riigipoolse rahastamise roll on suurem. Enim suutsid oma tulusid kasvatada meelelahutuse-IT sektor (62%), millele järgnesid muuseumid (44%) ja etenduskunstid (31%).<sup>45</sup>

Eestis on Euroopa riikidest kõige rohkem muuseume 100 000 elaniku kohta – koos filiaalidega on meil 250 muuseumi, millest 55 asuvad Harjumaal. Kultuuriministeeriumi haldusalasse kuulub 16 riigimuuseumi ja kuus sihtasutust.<sup>46</sup> Eestis oli 2014. aastal 1000 elaniku kohta 2919 muuseumikülastust, mis on teadaolevalt kõrgeim näitaja Euroopas – aktiivsete

---

<sup>43</sup> Tallinna elanike arv 2015. Tallinna linna koduleht. <http://www.tallinn.ee/est/Tallinna-elanike-arv> (3.05.2015)

<sup>44</sup> Triin Visnapuu-Sepp: *Lennusadama turunduse eesmärk on tekitada muuseumites käimise harjumus*. DD Akadeemia koduleht. <http://juhtimine.ddakadeemia.ee/intervjuu-triin-visnapuu-sepp-lennusadama-turunduse-eesmark-on-tekitada-muuseumites-kaimise-harjumus/>

<sup>45</sup> Kultuuriministeeriumi arengukava aastateks 2016-2019, lk 75  
[http://www.kul.ee/sites/default/files/kum\\_valitsemisala\\_arengukava\\_2016-2019.pdf](http://www.kul.ee/sites/default/files/kum_valitsemisala_arengukava_2016-2019.pdf)

<sup>46</sup> KUL. 2015. Kultuuriministeerium. <http://www.kul.ee/et/eesmargid-tegevused/muuseumid>

muuseumikülastajatena järgnevad Norra 2142 külastusega, Rootsi 1920 külastusega ja Sloveenia 1727 külastusega 1000 elaniku kohta.<sup>47</sup> Eestis käiakse muuseumis aasta-aastalt üha rohkem - kui 2013.aastal külastati muuseume aasta jooksul üle 3,69 miljoni korra<sup>48</sup>, siis 2014. aastal tõusis see arv 15% võrra ning muuseume külastas rekordilised 3,8 miljonit külastajat.<sup>49</sup> Lennusadamat on perioodil 11.05.2012-11.05.2015 külastanud kokku peaaegu 940 000 külastajat.

Alates 2012. aastast on muuseumivõrgustikku korrastatud ning muuseumide juriidilist vormi muudetud, lähtudes seejuures muuseumide eripärast ja kohalikest oludest. Riik on asutanud viis uut muuseumide sihtasutust, kohalike omavalitsuste juhtida on antud neli endist riigimuuseumi. 2016. aastal on ka Eesti Meremuuseumil planeeritud üleminek sihtasutuseks. Sihtasutuse vormi on eelistatud riigiasutusele, kuna see annab muuseumile paindlikuma ja kohaliku piirkonna või valdkonnaga rohkem arvestava juhtimismudeli.<sup>50</sup>

## 2.2 Ülevaade Eesti Meremuuseumi Lennusadama näitustest

2012. aastal avati Lennusadama püsiekspositsioon, mille pealkirjaks „Meretäis põnevust“. Oli selgelt teada, et ainult püsiekspositsioonist ei piisa, et külastajaid muuseumi meelitada, seega tuleb korraldada palju sündmuseid ning kas ise koostada või sisse osta ajutisi näituseid. Nii avati 15. novembri 2013 esmakordselt on Eestis ja kogu Põhjamaades *Premier Exhibitionsi* toodetud suurnäitus „Titanic: lugu, leiud, legendid“, mis tõi Lennusadamasse nelja kuu jooksul pea 220 000 külastajat. Nii kõrget külastajainumbrit ei ole ühelgi teisel Eesti muuseumil.<sup>51</sup>

Samal ajal kui Lennusadamas oli veel avatud ajutine näitus Titanic, töötas järgmise näituse meeskond välja näitust „Meri riidekapis“. Erinevalt Titanicust, mis osteti koos üles- ja kokkupanekuga sisse, koostasid kuraator, teadurid, koguhoidjad, projektijuht ja teised meeskonnaliikmed näituse „Meri riidekapis“ algusest lõpuni ise. Tegemist oli esimese isetoodetud ajutise näitusega ja oli ka teada, et Titanicut saatnud edu see ei saavuta – küll jõudsid näituse külastajate arvud üsna lähedale püstitatud eesmärgile. Ning juba enne kui näitus „Ujub või upub“

---

<sup>47</sup> STAT. 2015. Statistikaamet <http://www.stat.ee/90584>

<sup>48</sup> KUL. 2015. Kultuuriministeerium. <http://www.kul.ee/et/eesmargid-tegevused/muuseumid>

<sup>49</sup> STAT. 2015. Statistikaamet <http://www.stat.ee/90584>

<sup>50</sup> KUL. 2015. Kultuuriministeerium. <http://www.kul.ee/et/eesmargid-tegevused/muuseumid>

<sup>51</sup> Lennusadama koduleht. 2015. [http://www.lennusadam.eu/et/meremuuseum-uudised/1064-lennusadama-naeitus-titanic-lugu-leiud-legendid-kuelastas-kokku-220-000-inimest?template=meremuuseum\\_article](http://www.lennusadam.eu/et/meremuuseum-uudised/1064-lennusadama-naeitus-titanic-lugu-leiud-legendid-kuelastas-kokku-220-000-inimest?template=meremuuseum_article)

sai avatud algasid tööd Ameerika Loodusloo Muuseumi väljapaneku „Võidujooks maailma lõppu“ ning 2016. aasta alguses avatava merepääste teemalise näituse ettevalmistamiseks.

### **2.3 Näituse „Ujub või upub“ tutvustus**

"Ujub või upub?" on kaasahaarav interaktiivne näitus kogu perele, kus suurtesse merekonteineritesse on üles seatud 14 „käed-külge“ eksponaati, kus igaüks saab näha, lugeda ja katsetada, kuidas toimivad loodusjõud merel ja kuidas need on mõjutanud mereajalugu. Näitusel saab tekitada laineid ja veekeeriseid, juhtida laevu läbi lüüside, minna vee alla, päästa end uppuvalt laevalt ja teha palju muud põnevat. Pea iga eksponaadi juures on ka infotahvel ja puutetundlik ekraan loodusnähtuste selgituste ja värvikate lugudega mereajaloost.

Lisaks püsiekspositsiooni tutvustavatele ekskursioonidele ja haridusprogrammidele töötasid Eesti Meremuuseumi haridustöö kuraator ja laste- ja pereprogrammide koordinaator välja ajutise näituse tutvustamiseks mõeldud programmitooted. Mereteemalistes haridus-programmides põimuvad omavahel geograafia, füüsika, keemia, ajalugu ja inimeseõpetus. Programmi käigus viiakse läbi eksperimente, süvenetakse põnevate eksponaatide abil vastavas kooliastmes olulistesse teemadesse ning lahendatakse grupiga merega seotud probleemülesandeid. Muuhulgas räägitakse ka ohutusest ja õpitakse tundma päästevesti omapärasid. „Ujub või upub?“ haridusprogramm võimaldab anda näitusele eakohase sisufookuse ning rikastada kooliprogrammis käsitlust leidvaid teemasid praktiliste ülesannete kaudu.<sup>52</sup>

Haridusprogrammile lisaks on võimalik külastajatel tellida Teadusteatri etteaste või laste sünnipäevaprogramm. Teadusteater on inspireeritud käepärastest vahenditest ja mida saab igaüks kodus järgi proovida. Laste sünnipäevaprogramm on mõeldud 7-11aastastele lastele ning kahetunnise programmi jooksul tehakse koos juhendajaga läbi teadusteatri lihtsamad katsed, mängitakse võistlusränge, süüakse koos torti ja tutvutakse interaktiivse näitusega. Tegemist on väga populaarsete programmidega ning oma prognoosidega ollakse eesmärkide täitmise graafikus.

---

<sup>52</sup> Näituse „Ujub või upub“ haridusprogramme tutvustav trükis.

## 2.4 Näituse sihtrühm

Ettevõtte jaoks on sihtrühmaks need võimalikud kliendid, kellel on rahalised võimalused osta ettevõtte toodet või teenust ja kellel on rahuldamata vajadused selle toote või teenuse suhtes.<sup>53</sup>

Näituse „Ujub või Upub“ ettevalmistamiseks määratles Eesti Meremuuseumi turundus- ja kommunikatsioonispetsialist kolm peamist sihtrühma: lastega perekonnad, turistid ning haridusasutused ja juhukülastajad. Sellest tulenevalt valmistati ette nii tegevused, programm kui ka avaüritus.

Esimese sihtrühma alla kuuluvad kitsamad sihtrühmad, kelleks on kohalikud perekonnad, 13-18aastased lapsed ja Soome perekonnad. Kohalike perekondade sihtrühma maksimaalne võimalik suurus on umbes 400 000 inimest, kellest potentsiaalsed külastajad on umbes 40 000 inimest, samas kui Soome perede maksimaalne suurus näituse lahtiolekuperioodil on umbes 37 000 inimest, kellest potentsiaalseid näituse külastajaid on umbes 15 000. Lastega perekondade peamine käitumuslik kirjeldus seoses näitusega on seotud perekondliku vaba aja veetmisega – vanemad soovivad lapsed viia põnevasse kohta ja veeta koos aega, mis oleks olemuslikult nii meelelahutuslik kui ka hariv. Nende sihtrühmadeni jõudmiseks on peamiseks kommunikatsioonikanaliteks Internetikanalid, televisioon, kohalikud ajalehed, välimeedia ja täiendavate kanalitena ka sotsiaalmeedia kanalid.<sup>54</sup>

Teise sihtrühma alla kuuluvad turistid naaberriikidest Venemaalt ja Soomest - tekkinud on tunnetuslik arusaam, et Lätist pärit turistid on antud näitust külastanud juba Teaduskeskuses Ahhaa, mis asub Tartus, kuna on nendele asukoha mõttes kutsuvam. Turistide oodatav käitumuslik kirjeldus on seotud enamasti puhkuste ajal Tallinna külastamisega – Lennusadama külastamist soovivad hotellid või sõbrad ja informatsiooni leitakse ka vaatamisväärsuste kaarte uurides. Kuna Lennusadam asub eemal vanalinnast, siis juhuslikke möödajalutajaid on äärmiselt vähe. Käesoleva sihtrühma maksimaalne võimalik suurus on 350 000 inimest, kellest potentsiaalseid näituse külastajaid on umbes 100 000 inimest. Nende sihtrühmadeni jõudmiseks on peamiseks kommunikatsioonikanaliteks hotellidest saadav informatsioon, turismifirmad ja giidid, kohalikud sõbrad ja välimeedia ning täiendavate kanalitena saab veel kasutada transpordivahendites (buss, rong, laev, lennuk) olevaid infovoldikuid ja ajakirjasid.

---

<sup>53</sup> EAS koduleht. 2015. <http://www.eas.ee/et/alustavale-ettevotjale/aeriarendus-ja-uute-klientide-voitmine/mueuek/sihtgrupist-mueuegini-kliendihaldus>

Kolmanda sihtrühma alla kuuluvad haridusasutused ja juhuslikud muuseumikülastajad, kelle maksimaalne võimalik suurus on õpetajate puhul 14 200 inimest, kellest potentsiaalseid külastajaid on 200 inimest ja õpilaste puhul on maksimaalseks sihtrühma suuruseks 140 000 inimest ja nendest potentsiaalseid külastajaid 3000. Haridusasutuste peamiseks motivatsiooniks Lennusadama näituse „Ujub või Upub“ külastamiseks on haridusprogrammidel osalemine ja seega koolipingis õpitu kinnistamine mängulisel viisil. Haridusasutusteni jõudmise peamiseks kommunikatsioonikanaliteks on õpetajatele korraldatavad infopäevad ja meililistidesse informatsiooni saatmine, õpilased saavad näitusest enamasti teada õpetajate soovitude kaudu või näituse üldmeedia kaudu. Juhuslike muuseumikülastajate maksimaalne võimalik suurus on 320 000 inimest, kellest potentsiaalseid muuseumikülastajaid on umbes 10 000. Juhuslikud külastajad jõuavad enamasti Lennusadamasse tänu sõbra soovitusele või näituse tutvustusele välimeedias või telekommunikatsioonikanalites.

## **2.5 Meeskond ja tegevuste ülevaade**

Organisatsiooni struktuuri analüüsisvas peatükis kirjeldasin, kuidas teatud projektide puhul rakendatakse Eesti Meremuuseumis ka maatriksstruktuuri. Käesolevas peatükis kirjeldan meeskonnaliikmete funktsioone näituse koostamisel. Näituse idee ja teostuse töötasid välja Lennusadama tegevjuht Ott Sarapuu ja Teaduskeskus Ahhaa juhatuse liige Andres Juur. Nende eesmärgiks oli luua interaktiivne ühisnäitus, mis tutvustab merefüüsikat.

Lennusadama poolse näituste projektijuhi peamiseks ülesandeks oli tagada näituse õigeaegne ülespanek Lennusadamas, kohandada eksponaatide tutvustavad tekstid vastavalt külastajate nõudlusele, leida koostööpartnerid ja koordineerida kogu meeskonna tööd. Teaduri peamiseks ülesanneteks oli näituse sisumaterjalide koostamine, kuraatoriekskursioonide läbiviimine. Haridustöö kuraator ja laste- ja pereprogrammide koordinaator töötasid välja haridus- ja pereprogrammid, koostasid külastusjuhtidele näitust tutvustavad infomaterjalid ja koolitasid neid ning koordineerisid Merefoorumeid. Kunstniku peamiseks ülesandeks oli koostada lissisule (haridusprogrammid, pereprogrammid, poe eritooted) graafiline kujundus. Turundus- ja kommunikatsiooni projektijuhi peamine ülesanne oli koostada ja ellu viia näituse turundus- ja meediaplaan ja suhelda meediapartneritega. Ekspositsioonihalduri peamiseks ülesandeks oli koostöös eksponaatide ehitajatega saavutada ekspositsiooni seadistamise pädevus ning kogu näituse perioodil tagada nende tehniline korrasolek.

Minu kui büroojuhi ülesandeks oli näituse avamise kontseptsiooni väljatöötamine, päevajuhi valimine ja lepingu sõlmimine, avamiseks eraldatud summa põhjal eelarve koostamine ja selle jälgimine. Ning muidugi avamispäeval päevajuhi abistamine ning kogu päeva sujuva toimumise tagamine.

## 2.6 Turundus- ja kommunikatsioonitegevused

Turundus on erinevate kaupade ja teenuste atraktiivseks muutmine ja seejärel potentsiaalsete klientide ja külastajate teavitamine nende kättesaadavusest. Turunduspraktika võtab aluseks oma sihtgrupi inimeste käitumise ja planeerib vastavalt sellele kontseptsiooni ja teostuse.<sup>55</sup> Eesti Meremuuseumi turundusosakond teostab oma turundus- ja kommunikatsiooni-tegevust lähtudes kogemustest ja tuginedes külastajate uuringutele ning pidevale turundustegevuste analüüsile. Tegemist on väga professionaalse meeskonnaga, kes on võitnud mitmeid auhindu oma tugeva turundustöö eest – näiteks võib tuua Aasta Turundustegu 2012 *Grand Prix* ja Aasta Turundustiim 2012 tiitli.

Näituse „Ujub või Upub“ puhul on kõige olulisem jõuda sündmuse toimumisega sihtgrupi teadvusesse. Kultuuriturunduse puhul on tegemist kultuurisündmuse toomisega sihtgrupi juurde ehk sündmuse kontseptsiooni, reklaami, müügi jms korraldamine pidades silmas tarbijaid. Kõige olulisemaks väljundiks turunduse strateegilisel planeerimisel on turundusplaan ehk kirjalik dokument, mis sisaldab ettevõtte või selle allüksuse jaoks väljatöötatud juhendeid turundusmeetmetiku elluviimiseks ja ressursside planeerimiseks, oluline on ka ajaline suunitlus.<sup>56</sup>

Näituse turunduskanalid võib jagada kolmeks – suhtlus meediaga ehk PR (ingl. *public relations*), välimeedia ja trükised ning veebiturundus. Turundustegevused algasid juba siis kui näitus avati 2014. aasta 7. mail esmakordselt Tartus, kuid siis oli põhisuunitlus siiski Teaduskeskus Ahhaa tutvustamisel. Eesti Meremuuseumi turundustegevus algas käesoleva aasta jaanuaris kui Lennusadama kodulehel, Facebooki lehel ja Instagramis näitusega seotud postitusi ja bannereid

---

<sup>55</sup> Kolb, B. 2005. *Kultuuriturundus*. Atlex Tartu, lk 54

<sup>56</sup> Kuusik, A., Virk, K., Aarna, K., Sepp, L., Seppo, M., Mehine, T. & Printhal, I. 2010. *Teadlik turundus*. Tartu Ülikooli Kirjastus, lk 54

üles riputati. Seejärel pandi üles näitust tutvustavad plakatid Lennusadama ja Paksu Margareeta fuajeesse ja Lennusadama väliterritooriumil asuvatele aedade külge läksid üles suured bännerid. Lisaks saadeti Eesti Meremuuseumi uudiskirjaga liitunutele välja näitust tutvustav uudiskiri.

Näituse avanädalal tegid tutvustava videoloo ekspositsioonist telekanalid Kanal2 ja ETV, meie meeskonnaliikmed andsid intervjuu raadiokanalites Raadio2, Raadio4 ning pildigaleriid avaldasid oma veebiportaalide Postimees ja ERRi meelelahutusportaal Menu. Lisaks riputasin avamispäeva tutvustavad plakatid üles Kalamaja kohvikutesse ja infostendidele, kutsed avapäevale said kõik läheduses olevad lasteaiad ning kutsusime inimesi osalema Lennusadama sotsiaalmeediakanalites Facebook ja Instagram.

## **2.7 Näituse eelarve**

Näituse valmistamise üldeelarve oli pisut rohkem kui 200 000€, millest kõige suurema osa ehk umbes 93% moodustasid avamiseelsed kulud - ekspositsiooni väljatöötamine, projektijuhtimine ja turunduskulud. Kuludest 7% moodustasid näituse ülespanek ja mahavõtt nii Teaduskeskuses Ahhaa kui ka Lennusadamas. Näituse rahaline toetaja oli Eesti Teadusagentuur „Teaduse populariseerimise“ projektikonkursi raames ning puudujääva osa finantseerisid mõlemad pooled võrdsetes osades. Lisaks lepidi kokku, et näituse avatud oleku ajal teenitav tulu (piletimüügi, programmide, tegevustubade, kaubanduse) kuulub sellele, kelle hoones näitus eksponeeritakse. Pärast näituse eksponeerimist Lennusadamas on eesmärk rentida näitust edasi teistesse riikidesse.

Näituse eelarvest oli avamispäevale eraldatud kindel osa, aga projektijuht andis juba varakult mõista, et kui mõni teine kulurida on planeeritust suurem, siis kärbitakse esimesena avamispäeva eelarvet. Seega oli minu eesmärgiks võimalikult väikse eelarvega korraldada kvaliteetne ja meeldejääv sündmus. Näituse avamise eelarvest kõige suurema osa (40%) moodustas päevajuhi honorar ja transpordikulud Helsinki ja Tallinna vahel. Lisaks kutsusin avamispäeva pildistama professionaalse fotograafi, kelle honorar moodustas 15% eelarvest. Kuna päeva jooksul toimusid mitmed auhinnalised võistlused, siis auhindadeks kinkisime erinevaid meeneid Lennusadama suveniiripoe tootevalikust. Sama lajal suunasime ka külastajaid endale poest näituse teemalisi tooteid soetama. Auhindadele kulus 20% eelarvest ning teadusteatri kasutusel olevate tarvikute osakaal moodustas samuti eelarvest 15%. Lisaks oli näitusealal



üllesseatud meisterdamiseks mõeldud nurk, mille tarvikute kulu moodustas eelarvest 10%.

Lisaks eelpool mainitud kuludele tekkisid ka seoses avamispäevaga alternatiivsed kulud, mis ei kajastunud avamispäeva eelarves, aga toon need siiski välja. Nendel lahtiolekuaegadel kui on oodata rohkem külastajaid kui tavapäeval tuleb arvestada, et muuseumi heakorra tagamiseks võib kuluda rohkem ressursi. Selleks kutsusin tööle tavamehitusele lisanduva turvateenistuse töötaja ning puhastusteenindaja. Kuigi avamispäeva aitasid läbi viia muuseumitöötajad vabatahtlikult, siis lisandus nende puhul kohvikule lisandunud toitlustuskulud. Helitehnikana kasutasime Lennusadama varustust, aga ka selle puhul tuleb arvestada mingil määral kulumise ja amortiseerumisega.

## **2.8 Näituse avamise kontseptsioon ja programm**

Nii Lennusadama avamine 2012. aastal kui ka järgnevate ajutiste näituste avamissündmused on olnud vaatamängulised lavastused, kus peetakse ka pidulikke tänukõnesid ning näituse lõplik sisu ja väljanägemine hoitakse saladuses kuni viimase hetkeni.. Lisaks nii Lennusadama püsiekspositsiooni „Meretäis põnevust“ kui ka näituse „TITANIC: lugu, leiud, legendid“ avamisel hoiti muuseum külastajatele avatuna 33 tundi järjest. Näituste avamissündmused on enamasti ka lavastanud professionaalsed lavastajad - 2014. aasta sügisel avatud näituse „Meri riidekapis“ tantsulise avasündmuse lavastaja oli koreograaf Märt Agu ja aurik-jäämurdja Suur Tõll 100. aastaseks saamise puhul lavastas Jaanus Rohumaa vabaõhuetenduse „Jäämurdja sajand“, peaosades Üllar Saaremäe ning Loore Martmaga.

Näitus „Ujub või upub“ oli Teaduskeskuses AHHAA külastajatele avatud 7. maist kuni 2. novembrini 2014. aastal, seega näituse sisu ja väljanägemine olid juba paljudele tuttavad. Seetõttu olime juba algselt seisukohal, et antud näituse olemusega ei lähe kokku pidulik lavastus, ava- ja tänukõnede pidamise ning pokaalide kokkulöömine. Külastajad pääsesid tegelikult näitusega tutvuma juba päev enne avamissündmust – reedel, 13. veebruaril 2015. aastal.

Näituse avasündmuse kontseptsiooni välja töötades oli minu põhiliseks eesmärgiks noortes näitusekülastajates tekitada arusaam, et koolipingis enamasti keerulised ja arusaamatud tunduvad reaalteadused on tegelikult huvitavad ja ümbritsevad meid igapäevaselt. Ja just selsamal põhjusel kutsusime ka päevajuhiks teadust populariseeriva saatesarja „Rakett 69“ füüsikust saatejuhi Aigar

Vaigu, kellega koos õpetasid külastusjuhid külastajatele koduste vahenditega teadusteatri katsete tegemist ja viisime läbi loodusteadustest inspireeritud viktoriin ja võistlusmänge.

Esialgu kaalusime päevajuhtidena ka erinevaid näitlejaid, kes oleksid kehastunud „hullu teadlase“ rolli. Leidsime meeskonnasiseselt arutades siiski, et see võib tekitada noortes külastajates ebarealistliku arusaama teadlastest kui „hulludest“ või teadusest kui millestki ohtlikust. Tegevused jaotusid päeva jooksul kolme kategooriasse – viktoriiniküsimused ja võistlusmängud (Lisa 3), teadusteatri etteasted ja püsitegevused, milleks olid laste meisterdamisnurgas joonistamine, kleepimine ja voltimine. Lisaks viktoriinidele, võistlusmängudele ja teadusteatrile viis teadur soovijatele läbi kuraatoriekskursiooni, kus ta rääkis igast ekspositsiooni elemendist põhjalikumalt.

Näituse avamise planeeritud päevakava oli järgmine:

- 12.00 Päevakava tutvustamine ja võistlusmäng
- 12:30 Teadusteater
- 13.00 Võistlusmäng
- 13.30 Teadusteater
- 14.00 Viktoriin
- 14.30 Teadusteater
- 15.00 Võistlusmäng
- 15.30 Teadusteater
- 16.00 Viktoriin

Avamispäeval kavandatud päevakava realiseerus ajaliselt, küll aga tuli teha muutusi esialgu planeeritud ruumikavas ning viia teadusteatri seansid läbi näitusealal asuvas õppeklassis. Pärast esimest etteastet selgus, et õppeklassi ei mahu kõik soovijad ära ning sealne valgustus jääb väheks. Seega tuli operatiivselt reageerida ning järgmise teadusteatri etteaste liigutasime ekspositsioonisaali keskele, kuhu seadsime lisaks helitehnikale kiiresti üles ka prožektor, millega etteastet valgustada.

## 2.9 Piletimüük ja külastatavus

Kui varem sai külastaja valida, kas ostab 10eurose või 14eurose pileti, millega pääseb vaatama ka hooajanäitust, siis koos näituse „Ujub või Upub“ avamisega läks Eesti Meremuuseum üle uuele piletisüsteemile. Selle alusel maksab täiskasvanule sissepääs Lennusadamasse 14 eurot, õpilastele 7 eurot ja perepileti hinnaks 28 eurot. Käesolevate piletihindade rakendamisega tõusis Eesti Meremuuseum kõige kallimate piletihindadega muuseumiks Eestis. Nendele, kes Eesti Meremuuseumi plaanivad rohkem kui paar korda aastas külastada, toodi esmakordselt müügile aastapilet, mis annab selle omanikule õiguse külastada Lennusadamat ja Paksu Margareeta näitusi aasta jooksul piiramatult arv kordi. Mingil määral mõjutas uue näituse avamise turundusplaani ka just eelmainitud muudatus, sest näitusele eelneval perioodil toimus palju meediasuhtlust näituse tutvustamise asemel, just uue piletisüsteemi ja hindade tutvustamiseks.

Lennusadamat külastas näituse avanädalavahetusel siiski planeeritud arv külastajaid – kassasüsteemi väljavõtte alusel 2014 inimest. Lisaks külastasid näituse avamispäeva veel koostööpartnerid, kes olid avamisele oodatud kutsete alusel. Alates näituse avamispäevast kuni 10. maini on Lennusadamat ja näitust „Ujub või Upub“ külastanud umbes 41 000 külastajat, mis on pisut vähem kui prognoositud, aga mahajäämuse põhjuseks võib lugeda kindlasti vene turistide osakaalu vähenemist seoses poliitiliste ja majanduslike muutustega naaberriigis.

### 3. ENESEREFLEKSIOON

Liitusin Eesti Meremuuseumi kollektiiviga 2012. aasta 12. mail pisut enne kella 10.00 hommikul. Sel päeval avati vesilennukite angaarid esmakordselt külastajatele ja ukсед jäid avatuks 33 tundi järjest. Minus tekitab siiamaani pisut hämmingut ja aukartust selle maja ajalugu ja arhitektuuriline eripära, mis on Kalamajja meelitanud kolme aasta jooksul peaaegu miljon külastajat. Lisaks on Eesti Meremuuseumil väga professionaalne ja eesmärkidele orienteeritud meeskond, keda ühendab pühendumus oma tööle, positiivne õhkkond, milles on omal kohal ka sarnane huumorimeel ja pühendumus oma tööle. Ja tõenäoliselt ongi selle muuseumi originaalsus ja omanäoline organisatsioonikultuur mind kõik need aastad enda lummuses hoidnud ja korduvalt tagasi meeskonda toonud.

Ma asusin kõigepealt tööle Lennusadama kohvikus MARU, kus olin esimesel aastal klienditeenindaja ning alates 2013. aasta suvest vahetusevanem. Kuna külastajate arv ületas prognoositu mitmekordselt, siis oli töötamine emotsionaalselt ja füüsiliselt paljunõudval ametikohal väga raske. Seejärel otsustasingi, et toitlustusvaldkonna klienditeenindaja olemine on ennast minu jaoks ammendanud ning töötasin mõned kuud Viljandi Kultuuriakadeemias õppimise kõrvalt ka Lennusadama külastusjuhina. 2014. aasta alguses vabanes Lennusadama büroojuhi ametikoht ning mul tekkis võimalus asuda tööle sellel ametikohal ning võtsin antud pakkumise väga entusiastlikult vastu.

Oma ametikoha peamisteks ülesanneteks pean Lennusadama juhtkonda ja projekte assisteerivaid tegevusi, lisaks puutun oma töös igapäevasel kokku personalitöö lõikudega, mis on seotud näiteks lepingute ja värbamise korraldamisega, töövahendite hankimise, ametijuhendite koostamise ja muu sarnasega. Tänu minu assisteerivatele tööülesannetele on igapäevane töötempo väga erinev – mõnel päeval tähendab see rahulikku kontoripäeva ja teisel päeval sellele vastanduvat kiiretempolist ja paljuülesandelist päeva. Kuid oma tööperioodi jooksul Eesti Meremuuseumi Lennusadamas olen väga palju õppinud just tänu sellele, et olen olnud väga mitmel ametikohal ja oskan olukordasid erinevate nurkade alt näha. Lisaks austan väga seda, et kogu organisatsioon töötab ühtsete eesmärkide täitmise nimel – selleks on rahulolev ja õnnelik külastaja.

Üleminek uuele ametikohale oli esialgu väga raske – kui varem olin Lennusadamas hooajaline töötaja, siis alates büroojuhi ametikohale asumisest kolisin Viljandist Tallinnasse, võtsin akadeemilise puhkuse ja keskendusin uutele tööülesannetele. Esialgu oli uue keskkonna, uute ülesannete, plahvatuslikult kasvanud informatsioonikoguse ja teiste muutustega harjumine väga raske, aga see möödus märkamatuks ja nüüd tunnen end ametikohal erialaselt palju enesekindlamalt ja turvalisemalt. Büroojuhina töötades on kinnitust saanud ka Viljandi Kultuuriakadeemia õppekava raames läbitud ainete rakendatavus ja kaasaegsus, üheks näiteks ka käesoleva töö peateema – näituse avamisürituse korraldamine.

Eesti Meremuuseumi meeskonnas on väga palju oma valdkonna spetsialiste, kellelt on äärmiselt palju õppida, kuidas detailidele keskendudes tuleb alati silmas pidada „suurt pilti“ ja kuidas keerulistes olukordades kiireid ja samas kaalutletud otsuseid langetada. Eriti suurt muljet avaldas mulle see, et mitmed Lennusadama rekonstrueerimise ja kontseptsiooni väljatöötamise juures võtmeisikuteks olnud meeskonna liikmed olid sellel põneval ajal sama vanad kui mina seda tööd kirjutades. Olen väga rahul, et Eesti Meremuuseumis töötades olen kokku puutunud väga põnevate organisatsioonisiseste arengute ja muutustega, aga ka muuseumimaastiku arenemisega nii kohalikul tasemel kui ka rahvusvaheliselt.

Lisaks olen selle mõne aasta jooksul väga palju ka ise arenenud ja olen pidevalt liikumas erialaselt selle valdkonna poole, mis mind kõige rohkem kõnetab. Mulle väga meeldib, et Eesti Meremuuseum on tehnoloogiliselt väga arenenud organisatsioon ning tänu kokkupuutele selle valdkonnaga olen võtnud isiklikus eesmärgiks enda erialase täiendamise infotehnoloogia valdkonnas.

Meeskond, kellega mul oli (ja on endiselt) privileeg koos oma lõputöö sündmust korraldada, on väga professionaalne nii erialaste teadmiste poolest kui ka oskuse poolest meeskonnas töötada. Lisaks oli väga motiveeriv olla meeskonnas, kus kõik liikmed on kõrge vastutustundega oma ülesannete korrektset ja põhjalikult täitmisel. Tööprotsessis tuli küll ette juhuseid, kus varasemalt koosolekul kokkulepitust ei peetud õigeaegselt kinni, aga siinkohal sain aru, et oluline on ühtne arusaam, millised on prioriteetsed projekti osad ja milliste tegevuste täitmise tähtaega võib edasi lükata.

Viljandi Kultuuriakadeemias olen õppinud kultuurikorraldust nüüdseks pea neli aastat ning oma

lõputöö sündmust korraldades sai kinnitust, et paljud oskused olen omandanud kas akadeemias läbitud loengute raames või praktikatel omandatud kogemuste kaudu. Näiteks võin tuua eelarve koostamise ja selle täitmise, meeskonna töös osalemise ja samas ka meeskonna juhtimise. Ainus, mille puhul tundsin ennast pisut ebakindlalt oli läbirääkimiste pidamine erinevate koostööpartneritega – kõige ebakindlamana tunnengi end just erinevate rahaliste kokkulepete (näiteks töötasude) sõlmimise osas. Lisaks tundsin kohati, et oleksin soovinud muude tööülesannete kõrvalt veelgi enam ja süvitsi tegeleda näituse avamisega. Mõnel hetkel kui kõik planeeritu ei teostunud piisavalt kiiresti, tundsin ka kohati motivatsiooni kadumist, kuid pärast koosolekuid sain taaskord indu ja tegutsemistahet juurde.

Avamisele eelneval perioodil tegin näituse avamise riskianalüüsi, mis kujutab endast loetelu näituse sujuvale toimimisele kaasnevatest võimalikest ohtudest ning juhistest, kuidas nende puhul käituda. Pidasin kõige tõenäolisemaks ja sündmuse õnnestumist mõjutavamaks ohuks päevajuhi haigestumist või seda, et samal hommikul Helsingist tuleva päevajuhi laev hilineb või ei välju seoses keeruliste ilmastikutingimustega. Sellise stsenaariumi puhul olin arvestanud, et Eesti Meremuuseumi teadur, kes koostas päevajuhile viktoriini küsimused ja oli lisaks hästi kursis näituse temaatika ja eripärasustega, on võimeline teda asendama. Lisaks teadurile oleks publikuga saanud suhelda ka külastusjuhid, kellel on seoses ekskursioonide läbi viimisega väga hea esinemisoskus.

Kuna tegemist oli suure alaga, kus lapsed saavad ringi joosta ja seetõttu võib ette juhtuda ka õnnetusi, siis tuletasin avamispäevale eelnevalt meelde kõik lähedalasuvate esmaabi pakkide asukohad ning kontrollisin, kas nende sisu vastab nõuetele. Lisaks olin kokku leppinud helitehnikat tundva kolleegiga, et tehnikaga seotud probleemide korral võin tema poole pöörduda. Suurematest probleemidest kartsin isiklikult kõige rohkem seda, et lähedalasuvate tänavate remondiga kaasnevad elektrikatkestused võivad segada sündmuse õnnestumist, aga õnneks sellise probleemiga (ega ka eelpoolmainitutega) ei pidanud ma silmitsi seisma.

Küsisin pärast näituse „Ujub või upub“ avasündmuse korraldamist ka teistelt meeskonnaliikmetelt tagasisidet, et mis oleks võinud olla teisiti ja mis sobis hästi. Üldine tagasiside avamispäevale oli positiivne nii klientide kui ka meeskonnaliikmete poolt, kuigi kuraatoriekkursioone läbi viinud teadur märkis, et tal oli raske end kuuldavaks teha kuna samal ajal toimuvad viktoriinid/võistlusmängud olid helindatud ja teda ei olnud hästi kuulla. Analüüsides ja võttes kokku „Ujub või upub“ näituse avasündmuse ettevalmistamisel saadud väärtuslikku kogemust ja

teadmisi, olen oma lõputöö korraldamise ja väljundiga rahul. Sain taaskord osaleda käesoleva organisatsiooni jaoks olulises protsessis, mis annab mulle võimaluse tutvuda ja näha organisatsioonis toimuvat uue nurga alt. Hindan oma korraldustööd õnnestunuks ning tagantjärele vaadates ei teeks ühtegi olulist asja teisiti.

## KOKKUVÕTE

Käesoleva loov-praktilise kultuurikorralduse eriala lõputöö esimeses osas tutvustasin põgusalt Eesti Meremuuseumi ajalugu, analüüsisin ja kirjeldasin Eesti Meremuuseumi organisatsiooni, tutvustasin tema visiooni ja missiooni, struktuuri, eelarvet, strateegilisi eesmärke ja kirjeldasin Lennusadama kui brändi kujunemist. Käesoleva töö teises osas analüüsisin Eesti Meremuuseumi seotust valdkondlike arengukavadega, tutvustasin Lennusadama eelmisi näitusi, Hindasin samuti Lennusadama sotsiaal-majanduslikke ja kultuurilisi mõjusid. Järgnevalt andsin ülevaate näituse „Ujub või upub“ eesmärkidest ja sisupoolest. Lisaks tutvustasin projektimeeskonda ja andsin ülevaate näituse tegevustest, sihtrühmast ja turundustegevustest. Viimases peatükis analüüsin enda tegevust käesolevas organisatsioonis ja korraldatud avamispäeva raames.

Näituse avasündmuse kontseptsiooni välja töötades oli minu põhiliseks eesmärgiks tekitada noortes näitusekülastajates arusaama, et koolipingis enamasti keerulised ja arusaamatud tunduvad reaalteadused on tegelikult huvitavad ja ümbritsevad meid igapäevaselt. Ja just selsamal põhjusel kutusime ka päevajuhiks teadust populariseeriva saatesarja „Rakett 69“ füüsikust saatejuhi Aigar Vaigu, kellega koos õpetasid külastusjuhid külastajatele koduste vahenditega teadusteatri katsete tegemist ja viisime läbi loodusteadustest inspireeritud viktoriini ja võistlusemänge.

Esialgu kaalusime päevajuhtidena ka erinevaid näitlejaid, kes oleksid kehastunud „hullu teadlase“ rolli. Leidsime meeskonnasiseselt arurades siiski, et see võib tekitada noortes külastajates ebarealistliku arusaama teadlastest kui „hulludest“ või teadusest kui millestki ohtlikust. Lisaks viktoriinidele, võistlusemängudele ja teadusteatrile viis teadur soovijatele läbi kuraatoriekskursiooni, kus ta rääkis igast ekspositsiooni elemendist põhjalikumalt.

Lennusadamat külastas avanädalavahetusel kassasüsteemi väljavõtte alusel 2014 külastajat, kellele lisandusid veel koostööpartnerid, kes olid oodatud näitust külastama kutsete alusel. Alates näituse avamispäevast kuni 10. maini on Lennusadamat ja näitust „Ujub või upub“ külastanud 41 000 külastajat, mis on pisut vähem kui prognoositud. Samas on näitus avatud kuni 26. juulini ning sellel perioodil on kindlasti oodata tavalisest suuremat külastajate arvu seoses muuseumiöö, Lastekaitsepäeva ja Tallinna merepäevadega.



## KASUTATUD KIRJANDUS

**Alas, R.** 2008. *Juhtimise alused*. Kirjastus Külim.

**Brooks, I.** 2006. *Organisatsioonikäitumine: Üksikisik, rühm ja organisatsioon*. Tänapäev.

DD Akadeemia. 2014. *Triin Visnapuu-Sepp: Lennusadama turunduse eesmärk on tekitada muuseumites käimise harjumus*. <http://juhtimine.ddakadeemia.ee/intervjuu-triin-visnapuu-sepp-lennusadama-turunduse-eesmark-on-tekitada-muuseumites-kaimise-harjumus/> (30.03.2015)

Eesti Konjunkturiinstituut. 2012. *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. <http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja-spordisundmuste-majanduslik-moju.pdf> (10.05.2015)

EAS koduleht. 2015. <http://www.eas.ee/et/alustavale-ettevotjale/aeriaendus-ja-uute-klientide-voitmine/mueuek/sihtgrupist-mueuegini-kliendihaldus>

Eesti Konjunkturiinstituut. 2013. *Eesti Loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus*. [http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/9. Eesti loomemajanduse olukorra %282011%29 uur ing ja kaardistus - Muuseumid.pdf](http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/9.-Eesti-loomemajanduse-olukorra-%282011%29-uuring-ja-kaardistus-Muuseumid.pdf) (13.05.2015)

Eesti Meremuuseumi koduleht. 2015. <http://www.meremuuseum.ee/et/muuseumi-lugu> (14.04.2015)

*Eesti Meremuuseumi põhimäärus*. <http://meremuuseum.ee/et/ametlik-teave/pohimaeaeerus>. (10.04.2015)

Eesti Meremuuseumi strateegia aastateks 2013-2018. 2013.

**Karilaid, J.** 2011. *Organisatsiooniõpetus*. [Loengukonspekt]

**Keller, M.** *Teoreetiline ja didaktiline tugi kursuse "Meedia ja mõjutamine" õpetamiseks gümnaasiumis [Õppematerjal]* <http://www.meediakoolitajad.edu.ee/files/Files/13565290118.pdf>

**Kolb, B.** 2005. *Kultuuriturundus*. Atlex Tartu.

KUL. 2015. Kultuuriministeerium. <http://www.kul.ee/et/tegevused/muuseumid/kultuur-2020-ja-muuseumid>. (17.04.2015)

*Kultuur 2020*. 2013. Kultuuriministeerium. <http://www.kul.ee/sites/default/files/kultuur2020.pdf>. 3.05.2015)

*Kultuuriministeeriumi arengukava aastateks 2016-2019*. Kultuuriministeerium. 2015. [http://www.kul.ee/sites/default/files/kum\\_valitsemisala\\_arengukava\\_2016-2019.pdf](http://www.kul.ee/sites/default/files/kum_valitsemisala_arengukava_2016-2019.pdf). (18.04.2015)

Kultuuriministeeriumi koduleht. 2015. <http://www.kul.ee/et/tegevused/muuseumid/kultuur-2020-ja-muuseumid>. (4.05.2015)

**Kuusik, A., Virk, K., Aarna, K., Sepp, L., Seppo, M., Mehine, T. & Printhal, I.** 2010. *Teadlik turundus*. Tartu Ülikooli Kirjastus.

Lennusadama koduleht. 2015. [www.lennusadam.eu](http://www.lennusadam.eu). (13.04.2015)

*Muuseumiseadus*. RT I, 10.07.2013, 1. <https://www.riigiteataja.ee/akt/115032014016#para21lg4>. (1.05.2015)

**Purre, A.** 2009. *Muuseumipedagoogika pole lihtsalt „teeme midagi lastega*. Sirp. <http://www.sirp.ee/s1-artiklid/c6-kunst/muuseumipedagoogika-pole-lihtsalt-teeme-midagi-lastega/>.

*Põhja-Tallinna arengukava aastateks 2014-2018*. Põhja-Tallinna Valitsus. [https://oigusaktid.tallinn.ee/?id=e\\_getfile&syscmd=1&lisadid=9667](https://oigusaktid.tallinn.ee/?id=e_getfile&syscmd=1&lisadid=9667). (13.05.2015)

STAT. 2015. Statistikaamet. <http://www.stat.ee/90584>. (15.05.2015)

**Õepa, A.** 2015. *8,4 miljonit maksev IT-agentuuri maja rajatakse Lennusadamasse*. <http://majandus24.postimees.ee/3158755/8-4-miljonit-maksev-it-agentuuri-maja-rajatakse-lennusadamasse>. (1.05.2015)

**Üksvärav, R.** 2010. *Organisatsioon ja üksikisik*. Tea Kirjastus.

LISAD

LISA 1 – NÄITUSE „UJUB VÕI UPUB“ A3 PLAKAT

**12.02-26.07.2015**

Suur käed-külge näitus  
loodusjõududest, laevadest  
ja mereajaloost


# UJUB VÕI UPUB

'Sail or Sink' – A hands-on exhibition  
about the forces of nature, ships and maritime history

«Плавает или тонет» – Большая практическая выставка  
о силах природы, кораблях и морской истории

*Ui tai uppoa* – Suuri kokeile itse -näyttely  
luonnonvoimista, laivoista ja merenkulun historiasta

**LENNUSADAM**  
**SEAPLANE HARBOR**  
[www.lennusadam.eu](http://www.lennusadam.eu)

 **Teaduskeskus**  
**AHHA**  
[www.ahhaa.ee](http://www.ahhaa.ee)



## LISA 2 - FOTOD NÄITUSE „UJUB VÕI UPUB“ AVAMISEST



Foto 1. Teadusteatri etteaste. (Pildi autor – Anete Palmik)



Foto 2. Võistlusmäng. (Pildi autor – Anete Palmik)

### LISA 3 – NÄITUSE „UJUB VÕI UPUB“ AVAPÄEVA VIKTORIIN JA VÕISTLUSMÄNGUDE TUTVUSTUSED

#### Viktoriiniküsimused:

1. Kuidas saab sadamat kõrgete lainete eest kaitsta? *Ehitatakse lainemurdja, mis sadamat varjab.*
2. Mis on need kaks asja, millega inimene vette sukeldudes peab arvestama? *Sellega, et oleks piisavalt õhku ja sellega kui suur on veerõhk.*
3. Mida näitavad erinevad värvid maakaardil? *Värvid näitavad kahte asja - kõrgeid ja madalaid alasid, samuti ka seda, kas tegemist on veekoguga, metsaga, kõrbega vms.*
4. Mis on tsunami? *Veealuse maavärina või vulkaanipurske tagajärjel tekkinud hiidlaine.*
5. Mis põhjustavad rannikul suuri veekeeriseid? *Tõus ja mõõn ehk looded.*
6. Mis põhjustab ookeani rannikutel meretaseme perioodiliste tõusu ja langemist? *Kuu ja päikese gravitatsioon.*
7. Mis võib panna vee lainetama? *Tuul, maavärin, laev, vette kukkunud või visatud objekt.*
8. Mis on kõige tavalisem lainete tekkimise põhjus? *Tuul.*
9. Kas Bermuda kolmnurk asub Atlandi ookeanis, Vaikses ookeanis või India ookeanis? *Atlandi ookeanis*
10. Kuidas saab teada, mida tähistavad maakaardil olevad sümbolid – kas a) kaardi pakendilt, b) legendilt või c) mõõtkavalt? *Legendilt.*
11. Mis võib juhtuda süvaveekalaga, mis kiiresti pinnale tõstetakse? *Kala paisub suuremaks või läheb lõhki.*
12. Kui suur on keskmiselt inimese kopsumaht? Kas 10 liitrit, 1 liiter või umbes 3 liitrit? *Umbes 3-5 liitrit.*
13. Millises vees on lihtsam pinnal püsida, kas soolases või magedas vees? *Soolases vees, sest vee tihedus on suurem.*
14. Mis on laeva ülestõstmise sügavusrekord? *Peaaegu 5 km, kätte saadi ainult osa laevast.*

15. Kas Archimedese seadus väidab a) et kõik kehad kaotavad vees kaalu, b) kõik kehad kaotavad vees värvi või c) kõik kehad uppuvad külmas vees ära? *Kõik kehad kaotavad vees kaalu.*
16. Milline rõhk valitseb merepinnal? Kas kaks atmosfääri (lüh. atm), üks atm või poolteist atm? *Üks atmosfäär.*
17. Kas ookeani kõige sügavam koht on Atlandi ookeanis, Vaikses ookeanis või India ookeanis? *Vaikses ookeanis.*
18. Kas tsunami on ohtlik avamerel või rannikul? *Tsunami on ohtlik rannikul.*
19. Kumb on vanem meetod laeva liikumapanemiseks, kas puri või aerud? *Aerud. Kõige vanem meetod on tokiga põhjast tõukamine.*
20. Millist varustust kasutasid kõige esimesed sukeldujad? *Ei mingit, hoiti lihtsalt hinge kinni.*

Võistlusmängud:

1. Päästevesti korrektne selga panemine kiiruse peale
2. Päästerõnga täpsusviskamine
3. Paberlennukite täpsusviskamine läbi päästerõnga
4. Sõlmeläinud köie lahti harutamine
5. Topsitorni ladumine ja selle rahakummiga ümber laskmine

## **SUMMARY**

### **THE OPENING OF EXHIBITION „SAIL OR SINK“ IN SEAPLANE HARBOUR**

In the first chapter of this creative and practical Culture Management diploma paper I introduced the history of Estonian Maritime Museum and also analyzed this museum as an organization. Also the mission and vision, structure, budget, strategical goals were presented as well as the formation of Seaplane Harbour as a brand. In the second chapter I analyzed the involvement of organization in local and cultural field Development Plans, introduced the previous exhibitions in Seaplane Harbour and gave a quick over-look to the exhibition „Sail or sink“. I also introduced the exhibition team, target audience and marketing plans and channels. In the last chapter I analyzed my own work in the organization and during the opening of exhibition „Sail or sink“.

While creating the conception of the exhibition „Sail or sink“ I wanted the younger audience to understand that subjects like mathematics and physics are actually interesting and surround us in our everyday life. In that same reason I invited Aigar Vaigu to host the day – he is also a presenter of a science popularizing tv-show „Rakett 69“. Together with him our guides made quizzes and games and taught the audience how to make science theatre in their homes.

At first we had an idea to invite a younger actor or actors to play the role of the „crazy scientist“. Then we decided that this unrealistic role can make young visitors to think that science and scientists are something dangerous or wrong. In addition to the quizzes and games the researcher from Estonian Maritime Museum held curator tours and introduced each part of exhibition separately.

All together 2014 visitors came to Seaplane Harbour on the first weekend the exhibition „Sink or sail“ was opened. And in addition the partners who helped the project team were invited to visit the exhibition. Since the day this exhibition was opened about 41 000 visitors have visited Seaplane Harbour – this is a little bit less than prognosed, but the exhibition is still opened until 26th of July.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina \_\_\_\_\_ Katariina Muru \_\_\_\_\_

(*autori nimi*)

(sünnikuupäev: \_\_\_\_\_ 24. aprill  
1989 \_\_\_\_\_)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

### **NÄITUSE „UJUB VÕI UPUB“ AVAMINE LENNUSADAMAS**

(*lõputöö pealkiri*)

Mille juhendaja on \_\_\_\_\_ Piret Aus \_\_\_\_\_,

(*juhendaja nimi*)

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;  
1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, 1. juuni 2015